

**ANALISIS ELEMEN-ELEMEN EKUITAS MEREK PADA  
PRODUK MINUMAN AIR MINERAL AQUA**

**SKRIPSI**



Disusun oleh:

**FAJAR ADI WINARKO**

**2002040082**

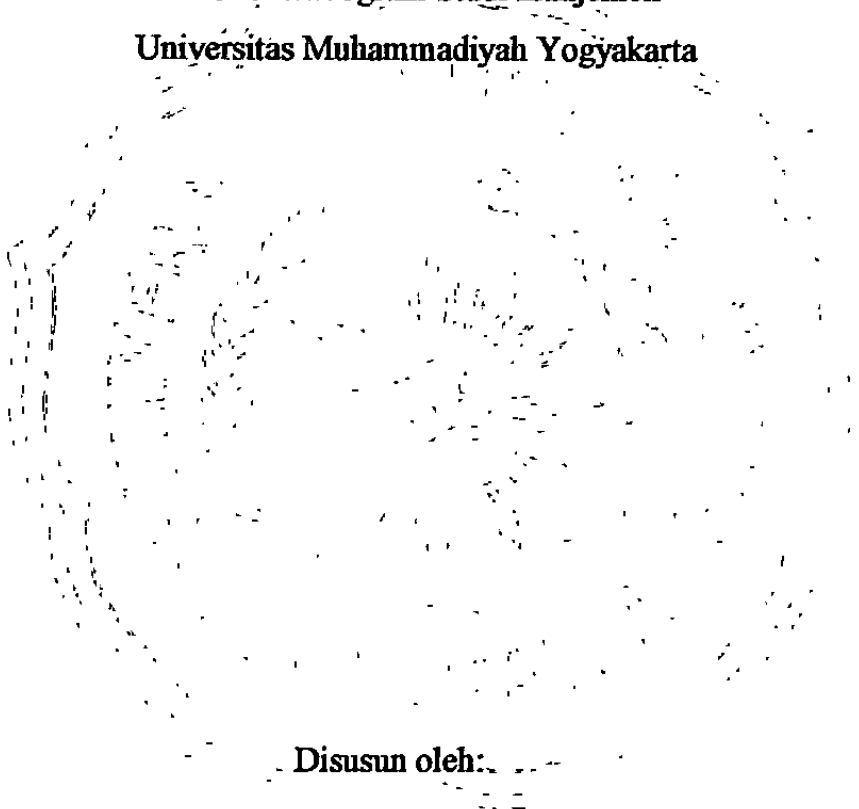
**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**ANALISIS ELEMEN-ELEMEN EKUITAS MEREK PADA  
PRODUK MINUMAN AIR MINERAL AQUA**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada Fakultas  
Ekonomi Program Studi manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**FAJAR ADI WINARKO**

**2002040082**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**ANALISIS ELEMEN-ELEMEN EKUITAS MEREK PADA PRODUK  
MINUMAN AIR MINERAL AQUA**

**Diajukan oleh**

**FAJAR ADI WINARKO  
20020410082**

**Telah disetujui Dosen Pembimbing**



**Michael Anwar SE Mei**

**Tanggal 8 April 2007**

**SKRIPSI**

**ANALISIS ELEMEN-ELEMEN EKUITAS MEREK PADA PRODUK  
MINUMAN AIR MINERAL AQUA**

Diajukan Oleh:

Fajar-Adi Winarko  
20020410082

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 28 april 2007  
yang terdiri dari :

  
Misbahul Anwar, SE, Msi  
Ketua Tim Penguji

  
Fajarwati, SE, Msi

Anggota Tim Penguji

  
Susanto, SE, Msi

Anggota Tim Penguji

## **PERNYATAAN**

**Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di dalam naskah ini dan diikutkan**

## **Motto**

- **Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah kamu berharap.  
(Qs. Al-Inshirah : 6-8)**
- **Barang siapa bertaqwa kepada Allah niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar dan memberinya rizki dari arah yang tidak disangka-sangka. Dan barang siapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan keperluannya.  
(Qs. Ath-Thalaq :2-3)**

**Kupersembahkan untuk :  
Ayah dan Ibu Tercinta  
All My breathe n cinta**

### **Matur nuwun kagem:**

- ❖ Allah Penguasa alam semesta dengan segala kasih sayang yang diberikan padaku.
- ❖ Nabi Muhammad SAW yang menjadi pedoman hidupku.
- ❖ Abu fajar, Ar-Roid Soenarko Al Tonjongi dan Ibu Suwarni tercinta yang telah membesarkan oo dan memberikan segala kasih sayangnya dan juga tak henti2nya memberikan doa untukku (maafkan aku karena lama lulusnyal!).
- ❖ Kakak-kakakku (mas Hendri+mba tutik, mas hugeng+mba Ida, mas sus+mba Deasy, mas Totok+mba liez) terima kasih telah memberikan dukungan dan nasehat2 untukku. Ga ada kakak yang sebaik kalian, ya walaupun kadang-kadang suka semena-mena menyuruhku he..(but I love them all).
- ❖ My father and Mother in law insya Allah, Bpk Sugeng Haryadi dan Ibu Tri Pujiatun, matur nuwun Doanipun. Dek Andree+epeh dan Dek Qoqo (Jangan Jadi Polisi aja!!)
- ❖ Putri pertama Pak Sugeng, *Nadhira* ku sayang, terima kasih atas support, doa dan segenap waktunya untuk selalu bertukar pikiran. (Jadilah istriku yang sholehah ya!!!)
- ❖ DPSku terimakasih berat atas segala waktu, tenaga, pikiran dan dukungannya.....!!!!
- ❖ Bu Rita, dosenku yang paling baik tapi sayang ga jadi bikin warung he..he.
- ❖ Keponakan-keponakanku. (Bintang, Dhini, QQ, Al-fida, dan si kecil Asfa, Semoga kalian semua jadi orang yang Takut sama Allah, adzab dan siksanya, tapi jangan lupa harus kaya Amin. (jangan kayak Omnyal!))

- ❖ **My best friend Joe (Rambut tuh diurusin!), Pache, BOtax"Agil" (cepat lulus), Kumel, Ivan, Magli Nyukri, Erik dan Nay (Kuliah dong..jangan tidur mulu!), Gatot, Ummi Esteli, Dj X.B.O (Ampuun Dj), Arness Si Pil Dewa, Idha, Rahma, ANol, Pak De Mahbub (cpt Nikah wis tu!!), Andhika Terong, Heri Pustaka, Dedy, Sigit"Gembul", Bogenks"Tampan", Leak, Chigo Archibald. TRima kasih untuk persahabatan kalian.**
- ❖ **Temen2ku di manajemen B 2002, Anto, Buyunk Palo yang dagang terus ga pernah kuliah., Topik, Oppie, Nia, .**
- ❖ **Dan semua pihak yang tidak bisa disebutin satu persatu yang telah membantuku dan memberikan dukungan juga dan kepadaku**



## INTISARI

Persaingan di dalam industri air mineral dalam kemasan semakin ketat dan semakin banyak merek-merek baru bermunculan yang menawarkan produk serupa. Hal ini tidak bisa dianggap remeh oleh produsen lama, AQUA yang notabene merek yang tidak asing lagi di masyarakat harus bisa menjaga citra dari merek tersebut agar selalu baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kekuatan elemen-elemen ekuitas merek yang terdiri dari (*Brand Awareness, Brand Association, Perceived quality dan Brand Loyalty*) dapat membentuk ekuitas merek pada produk minuman air mineral AQUA. Penelitian ini bersifat Deskriptif Statistik, penelitian dilakukan di wilayah kecamatan Wirobrajan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh elemen-elemen *Brand Equity* membentuk suatu ekuitas merek pada produk AQUA.

Kata kunci: Kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek

## **ABSTRAC**

Emulation in industry of mineral water in tidiness progressively soft rice and more new brand pop out offering similar product. This matter cannot be assumed inconsequential by old producer, AQUA which old stuff brand notabene in society should be able to take care of the image from the brand to be good always. Intention of this research is to know how strength of elemnt of brand equity consisted of the (brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty) can from the brand equity of product of beverage of mineral water AQUA. This research have the character of descriptif statistic, research conducted in Wirobrajan by propagating kuesioner to 100 responder. Result of this research indicate that entire all element of brand equity form an equity brand of AQUA.

**Key word : Brand Awareness, brand Association, perceived Quality, Brand Loyalty**

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah hirobil' alamin segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul **“ANALISIS ELEMEN-ELEMEN EKUITAS MEREK PADA PRODUK MINUMAN AIR MINERAL AQUA)”**. Dengan baik sekalipun berbagai rintangan menyertainya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabiullah Muhammad SAW yang telah membimbing kita dengan ajaran pencerahan, serta doa dan safa'atnya yang kita semua harapkan di akhirat kelak.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bpk Misbahul Anwar, SE,MSi selaku Dekan dan dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya.
2. Ibu Rita Kusumawati, SE,.Msi selaku dosen pembimbing akademik.
3. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendidik dan mengajari penulis selama menempuh perkuliahan
4. Ayah dan Ibu serta saudara-saudara yang senantiasa memberikan dorongan dan

**5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.**

**Semoga amal kebaikan dan segala bimbingan serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT, Amin.**

**Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	<b>3</b>
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>3</b>
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
<b>A. Tinjauan Teori</b> .....	<b>5</b>

1. Brand Equity.....	5
2. Brand Awareness.....	8
3. Brand Association .....	10
4. Perceived Quality .....	16
5. Brand Loyalty.....	18
<b>B. Hasil Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>23</b>
<b>C. Hipotesis.....</b>	<b>24</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
<b>A. Obyek/Subyek Penelitian .....</b>	<b>25</b>
<b>B. Teknik Pengambilan Sampel .....</b>	<b>25</b>
<b>C. Jenis Data .....</b>	<b>25</b>
<b>D. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>26</b>
<b>E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....</b>	<b>27</b>
1. Definisi Variabel .....	27
2. Skala Pengukuran Variabel .....	30
<b>F. Uji Kualitas Instrumen .....</b>	<b>31</b>
1. Uji Validitas .....	31
2. Uji Reliabilitas.....	32
<b>G. Analisis Data .....</b>	<b>32</b>
1. Deskriptif Statistik.....	32
2. Chi-Square.....	33
3. <del>.....</del>	33

4. Grafik Piramida .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
A. Gambaran Produk AQUA .....	34
. Deskripsi Hasil Penelitian .....	34
. Deskripsi Responden .....	35
B. Uji Kualitas Data .....	38
1. Uji Validitas .....	38
2. Uji Reliabilitas.....	41
C. Pembahasan .....	42
1. Analisis Deskriptif Statistik.....	42
A. Brand Awareness.....	42
B. Perceived Quality.....	46
C. Brand Loyalty .....	50
2. Analisis Kuantitatif.....	57
Brand Assotiation.....	57
<b>BAB V SIMPULAN SARAN dan KETERBATASAN PENELITIAN .....</b>	<b>59</b>
A. Simpulan .....	59
B. Saran .....	60
C. Keterbatasan Penelitian .....	61

## DAFTAR TABEL

4.1	jumlah sample dan tingkat pengembalian kuesioner .....	35
4.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	36
4.3	Karakteristik responden berdasarkan tingkat usia.....	36
4.4	Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan .....	37
4.5	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	38
4.6	Uji validitas terhadap <i>brand awareness</i> .....	39
4.7	Uji validitas terhadap <i>brand association</i> .....	40
4.8	Uji validitas terhadap <i>perceived quality</i> .....	40
4.9	Uji validitas terhadap <i>brand loyalty</i> .....	40
4.10	Uji reliabilitas.....	41
4.11	Hasil analisis <i>top of mind</i> .....	42
4.12	Hasil analisis <i>brand recall</i> .....	43
4.13	Hasil jawaban responden bahwa merek Aqua mudah di sebutkan.....	44
4.14	Hasil jawaban responden bahwa Aqua diproduksi oleh perusahaan terpercaya.....	44
4.15	Hasil analisis bahwa merek Aqua dapat dibedakan dengan merek lain.....	45
4.16	Hasil analisis bahwa merek Aqua memiliki reputasi yang baik.....	45
4.17	Hasil analisis bahwa merek Aqua masuk dalam ingatan.....	46
4.18	Hasil analisis <i>perceived quality</i> .....	47



<b>4.19 Hasil jawaban responden tentang perpindahan merek karena faktor harga.....</b>	<b>47</b>
<b>4.20 Hasil jawaban responden tentang pembelian produk karena kebiasaan.....</b>	<b>51</b>
<b>4.21 Hasil jawaban responden terhadap kepuasan menggunakan Aqua .....</b>	<b>52</b>
<b>4.22 Hasil jawaban responden tentang benar-benar menyukai Aqua .....</b>	<b>53</b>
<b>4.23 Hasil jawaban responden tentang saran atau promosi kepada orang lain untuk membeli Aqua.....</b>	<b>54</b>
<b>4.24 Hasil penemuan <i>brand association</i> .....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR GAMBAR

2.1	Konsep <i>brand equity</i> .....	6
2.2	Piramida Loyalitas.....	18
4.1	Diagram Cartesius.....	48
4.2	Tingkatan <i>brand loyalty</i> .....	52

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**LAMPIRAN 1 (Kuesioner )**

**LAMPIRAN 2 (Data Responden)**

**LAMPIRAN 3 (Tabulasi Penelitian)**

**LAMPIRAN 4 (Hasil uji Validitas dan Reliabilitas)**

**LAMPIRAN 5 (Hasil uji *Brand Awareness* dan *perceived quality*)**

**LAMPIRAN 6 (Hasil analisis *Perceived Quality*)**

**LAMPIRAN 7 (Hasil Analisis *Brand Loyalty*)**